

які важливі для людського розвитку. Це створює необхідність подальшого наукового дослідження механізмів інтеграції формальної і неформальної освіти в Україні, ринку освітніх послуг в сфері неформальної освіти та методології визнання результатів неформальної освіти.

### *Література*

1. Кремінь В. Г. Освіта в структурі цивілізаційних змін. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Педагогічні науки. 2011. Вип. 1.33. С. 6-9

2. Коломієць Г. М., Помінова І. І. Вища освіта в механізмі відтворення інтелектуального капіталу: зміст і моделі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип.2 С. 3-9. URL: <http://global-national.in.ua/archive/2-2014/00.pdf> (дата звернення 12.04.2020).

3. Рекомендація Ради ЄС від 20 грудня 2012 р. щодо визнання неформального та інформального навчання. URL: [http://ipq.org.ua/upload/files/files/06\\_Biblioteka/01\\_Normativna\\_baza/01\\_Viznznnya\\_neformalnogo\\_navchannya/01\\_Mignarodni\\_dokumenty/council\\_recommendations\\_20\\_dec\\_2012\\_ukr.pdf](http://ipq.org.ua/upload/files/files/06_Biblioteka/01_Normativna_baza/01_Viznznnya_neformalnogo_navchannya/01_Mignarodni_dokumenty/council_recommendations_20_dec_2012_ukr.pdf) (дата звернення 12.04.2020).

---

**Наволокіна А. С.**

кандидат економічних наук

Приватний заклад вищої освіти «Міжнародний європейський університет»

м. Київ, Україна

## **ЗАХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Формування конкурентоспроможності закладів вищої освіти (ЗВО) є завданням не виключно служби маркетингу, зважаючи на різноспрямованість та багатогранність завдань, які постають у процесі такої діяльності.

Конкурентоспроможність ЗВО – це здатність створювати й надавати якісні освітні послуги за наявності потужного ресурсного потенціалу з використанням сучасних маркетингових технологій, здійсненням масштабної профорієнтаційної роботи серед абітурієнтів з метою забезпечення економічного й соціального ефектів від господарської діяльності.

Найбільше впливають на процес формування конкурентоспроможності ЗВО такі чинники зовнішнього середовища, як: обсяг державного замовлення, престиж ЗВО, інфляційні процеси, політична ситуація в країні, інтереси й вимоги споживачів освітніх послуг. Серед чинників внутрішнього середовища можна зазначити вартість навчання, якість освіти, потенціал науково-педагогічного складу, працевлаштування випускників, систему пільг.

Відповідно до названих чинників впливу заходи з формування конкурентоспроможності ЗВО повинні передбачати: забезпечення певного

рівня якості освітніх послуг, відповідної чисельності та кваліфікації викладачів, співпрацю з підприємствами регіону щодо працевлаштування випускників, участь у соціальних і публічних акціях, іміджеву рекламу навчального закладу в ЗМІ, створення резервних та страхових фондів, здійснення періодичного моніторингу контактних аудиторій, розробку гнучких систем оплати навчання та пільг, інвестиції в розвиток людського капіталу, розвиток матеріально-технічної бази, упровадження інноваційних форм і методів навчання.

Таблиця 1

**Заходи формування конкурентоспроможності закладу вищої освіти з урахуванням впливу найбільш вагомих чинників зовнішнього й внутрішнього середовища**

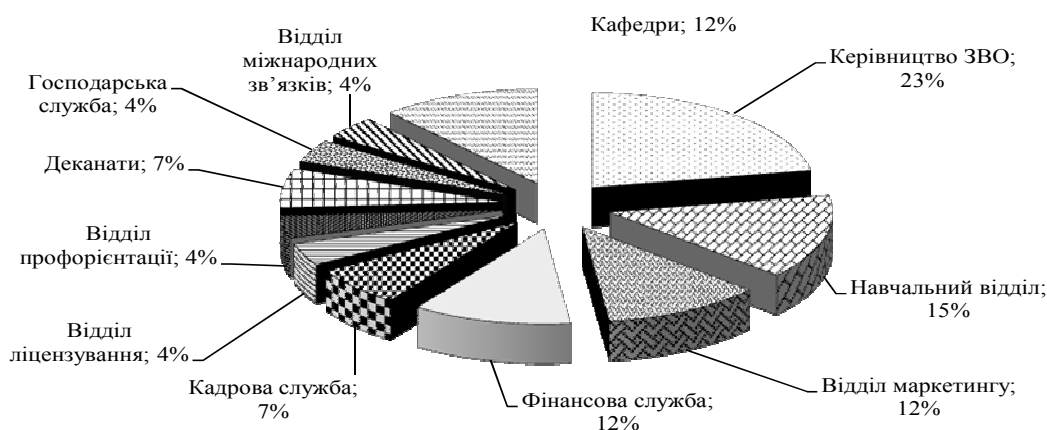
<i>Чинник впливу</i>	<i>Заходи з формування конкурентоспроможності закладу вищої освіти</i>	<i>Структурний підрозділ-виконавець</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Обсяг державного замовлення Ліцензування та акредитація	Забезпечення певного рівня якості освітніх послуг, відповідної чисельності та кваліфікації викладачів, підтримка позитивного іміджу ЗВО для отримання держзамовлення та акредитації спеціальностей	Керівництво закладу, відділ ліцензування й акредитації
Престиж ЗВО	Забезпечення певного рівня якості освітніх послуг, співпраця з підприємствами регіону щодо працевлаштування випускників, участь у соціальних і публічних акціях, іміджеві реклама в засобах масової інформації	Керівництво закладу, деканати, відділ маркетингу, кафедри
Інфляційні процеси Політична ситуація в країні	Створення резервних та страхових фондів	Фінансова служба
Інтереси й вимоги споживачів Перелік спеціальностей	Здійснення періодичного моніторингу контактних аудиторій з метою оптимізації продуктового портфеля	Відділ маркетингу, навчальний відділ
Рівень доходів населення Вартість навчання Система пільг	Розробка гнучких систем оплати навчання (щомісячно, щоквартально) та системи пільг	Фінансова служба
Демографічна ситуація Темпи зростання ринку	Розширення асортименту освітніх послуг з метою охоплення нових сегментів ринку (курси підвищення кваліфікації, підготовчі курси, майстер-класи, тренінги тощо)	Навчальний відділ, кафедри
Конкуренція з боку іноземних ЗВО	Розвиток міжнародних зв'язків, програм студентського обміну, стажування за кордоном	Відділ міжнародних зв'язків
Якість освіти	Створення умов для розвитку потенціалу кадрового складу, розвиток матеріально-технічної бази, упровадження інноваційних форм і методів навчання	Керівництво, кадрова служба, навчальний відділ, кафедри
Науково-педагогічний склад	Інвестиції в розвиток людського капіталу, матеріальне й нематеріальне стимулювання персоналу	Керівництво, кадрова служба, фінансова служба
Працевлаштування випускників	Співробітництво з підприємствами регіону на предмет проходження студентами виробничої	Деканати

Чинник впливу	Заходи з формування конкурентоспроможності закладу вищої освіти	Структурний підрозділ-виконавець
1	2	3
	практики та працевлаштування випускників	
Матеріально-технічна база	Періодичне оновлення техніки й обладнання, ремонт приміщень	Керівництво, господарська служба
Реклама	Створення рекламних продуктів та проведення рекламних акцій на основі досконалого вивчення відповідних сегментів ринку	Відділ маркетингу, відділ профорієнтації
Профорієнтаційна робота		
Вступна кампанія	Забезпечення ефективної роботи приймальної комісії	Керівництво, навчальний відділ

Джерело: складено автором.

Отже, враховуючи визначену за допомогою методу парного порівняння ступінь впливовості чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, серед найбільш важливих заходів з формування конкурентоспроможності ЗВО можна зазначити такі, як: забезпечення певного рівня якості освітніх послуг, відповідної чисельності та кваліфікації викладачів, співпраця з підприємствами регіону щодо працевлаштування випускників, участь у соціальних і публічних акціях, іміджева реклама навчального закладу в засобах масової інформації, створення резервних та страхових фондів, здійснення періодичного моніторингу контактних аудиторій з метою оптимізації продуктового портфеля, розробка гнучких систем оплати навчання (щомісячно, щоквартально) і системи пільг, інвестиції в розвиток людського капіталу, матеріальне й нематеріальне стимулювання персоналу, розвиток матеріально-технічної бази, упровадження інноваційних форм і методів навчання [1].

Як свідчать дані табл. 1, до реалізації заходів з формування конкурентоспроможності ЗВО повинні бути залучені понад десять структурних підрозділів. При цьому лівова частка роботи входить до компетенції керівництва закладу, навчального відділу, відділу маркетингу, фінансової служби та кафедр (рис. 1).



**Рис. 1. Участь структурних підрозділів у реалізації заходів з формування конкурентоспроможності ЗВО**

Джерело: розроблено автором на основі даних табл. 1.

Перспективними напрямками подальших розвідок у розрізі обраної тематики можуть бути розробка оптимальної моделі оцінювання конкурентного потенціалу ЗВО та прийомів і методів управління даним потенціалом.

### *Література*

1. Гуцалюк О. М., Наволокіна А. С. Взаємозв'язок та формат взаємодії освіти, бізнесу та держави в умовах конкуренції. Інтернаціоналізація вищої освіти України в умовах полікультурного світового простору: стан, проблеми, перспективи: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (18–19 квітня 2018 р., м. Маріуполь). Маріуполь, 2018. С. 40–42.

2. Наволокіна А. С. Теоретичні підходи до формування конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 3. С. 164–173.

---

**Плинокос Д. Д.**

кандидат економічних наук, доцент

**Цавалюк К. А.**

фахівець відділу МД та РІС

НУ «Запорізька Політехніка»

## **АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ ТА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ**

Сьогодні наша країна зіткнулась з масштабною проблемою – міжнародною освітньою міграцією української молоді. Проблема такої міграції перш за все ускладнюється тим, що українські студенти, які отримують освіту за кордоном, є потенційними трудовими мігрантами. Це може призвести до зниження людського капіталу України.

Питанням академічної мобільності та її ролі у розвитку людського капіталу присвячені праці таких вчених як Гринькевич О.С., Захарченко С.В., Кізілов О.І., Квієк М. та ін.

Водночас, необхідність перетворення академічної мобільності на важливий чинник розвитку людського капіталу України та забезпечення її конкурентоспроможності на міжнародній арені зумовлюють необхідність досліджень сутності академічної мобільності та її впливу на соціально-економічний розвиток держави.

Сутність академічної міграції можна визначити як масове соціально-економічне явище, пов'язане з переміщенням людей за межі регіону чи країни постійного проживання з метою підвищення свого освітнього рівня та здобуття знань [1, с. 327-333].

Академічна міграція може бути розглянута з двох сторін: як міграція освітня, тобто включає академічну мобільність студентів, викладачів і